

Erleb mal was - eine Geschäftsmodellentwicklung für die Firma Yellowcamper AG

Studiengang : EMBA | Vertiefung : EMBA Innovative Business Creation
Industriepartner : Yellowcamper AG, Burgdorf

In einem jungen dynamischen Unternehmen wachsen Ideen schnell und vielfältig. Doch Zeit und Geld für die Umsetzung sind nur begrenzt vorhanden. Die Frage stellt sich, in welche Idee das Unternehmen ihre knappen Ressourcen investieren soll. In der Master Thesis wurde, gemeinsam mit der Firma Yellowcamper AG, ein neues Geschäftsmodell erarbeitet.

Ausgangslage

Die Firma Yellowcamper AG ist ein 2017 gegründetes Start-Up aus Burgdorf. Yellowcamper hat sich zum Ziel gesetzt, das Campingerlebnis neu zu definieren und für alle einfach und erschwinglich zu machen. Das junge Unternehmen vermietet, verkauft und baut Camper Vans für ihre Kunden um. Mitte 2019 ergab sich die Gelegenheit, eine benachbarte Produktionshalle zusätzlich zur bestehenden Arbeitsfläche zu mieten. In der Konsequenz muss sich das Unternehmen weiterentwickeln, um die zusätzlichen Kosten für die neue Fläche zu tragen. Die Yellowcamper AG sieht Wachstumspotential in den bestehenden Geschäftsfeldern. Zusätzlich will sich die Firma auch mit neuen Umsatzquellen befassen, was die Grundlage für diese explorative Arbeit darstellt.

Zielsetzung

Das Ergebnis beschreibt ein kundenfokussiertes Angebot, welches ein einzigartiges Erlebnis für den Kunden schaffen soll. Dabei geht es beim Kundenerlebnis nicht nur um das effektive Fahrzeug, sondern schliesst das Erlebnis von der Kaufidee bis zum After-Sales ganzheitlich mit ein.



Yellowcamper

Vorgehen

Zu Beginn wurde eine umfassende Analyse der Ausgangslage durchgeführt. Dabei wurden zuerst die einzelnen Geschäftsfelder genauer betrachtet. Anschliessend wurde die gesamte Situation der Firma Yellowcamper AG in einem Business Model Canvas festgehalten. Eine Umfeldanalyse rundete die Untersuchung der Ausgangslage ab. Die Beurteilung der aktuellen Situation wurde anhand einer SWOT Analyse gefüllt.

Zu Beginn der Explorationsphase wurden gemeinsam mit den Mitarbeitern der Firma nach möglichen Potentialen gesucht. Die erkannten Potentiale wurden mit bestehenden Komponenten zu Opportunitäten kombiniert, welche wiederum in einer einfachen Form beschrieben, laufend optimiert und komplettiert wurden. Ein Bewertungsraster unterstützte die Entscheidung, welche Opportunität weitergeführt wurde. Für die ausgewählte Opportunität wurden Hypothesen gebildet, die getestet wurden. Die weiterentwickelte Geschäftsidee wurde in einem Business Model Canvas und einer Value Proposition festgehalten.

Ergebnis

Aus der Master Thesis entstand das Yellowcamper Winter-Village. Die Grundidee liegt darin, ein einzigartiges und individuelles Erlebnis in den Bergen zu schaffen. Die Yellowcamper werden in einer alpinen Winterdestination platziert. Gemeinsam mit lokalen Partnern wird das Wertangebot für die abenteuer-suchenden Kunden erschaffen. Angesprochen werden bestehende Kundengruppen, die über bestehende Kanäle angesprochen werden.

Für Yellowcamper ist die erarbeitete Geschäftsidee attraktiv. Es gibt einen potentiellen Partner für die Umsetzung. In Bezug zu den bestehenden Geschäftsfeldern wurden Synergien erkannt, wie die zusätzliche Auslastung der Fahrzeugflotte im Winter. Zudem besteht die Chance, durch zusätzliche Aufmerksamkeit sowie über die Kanäle der Partner neue Kunden zu gewinnen.



Yves Sommer
yves_sommer@hotmail.com